

**PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA ONLY CARS**

**ANGEL EDUARDO HURTADO BRAVO**

**CLAUDIA CONSTANZA BLANCO**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVOS  
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTIAGO DE CALI  
2006**

**PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA ONLY CARS**

**ANGEL EDUARDO HURTADO BRAVO**

**CLAUDIA CONSTANZA BLANCO**

**Trabajo de Pasantía para optar al título de Profesional en Mercadeo y  
Negocios Internacionales**

**Director**

**HENRY ROJAS PALACIOS**  
**Economista**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVOS  
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTIAGO DE CALI  
2006**

## **NOTA DE ACEPTACIÓN**

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales

ANGELA BELTRAN

-----  
Jurado

EDUARDO CASTILLO

-----  
Jurado

Santiago de Cali, 14 de Julio de 2006

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	10
1. HISTORIA DE LA EMPRESA	11
1.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO	13
2. ORGANIGRAMA ONLY CARS	14
3. MISIÓN Y VISIÓN	14
3.1 MISIÓN	14
3.2 VISIÓN	14
4. ANÁLISIS SITUACIONAL	15
4.1 EVALUACIÓN DEL SERVICIO	15
4.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	16
5. ANALISIS DE LA CATEGORÍA	17
5.1 FACTORES DEL MERCADEO	17
5.1.1 Tamaño de la categoría	17
5.1.2 Crecimiento de la categoría	17
5.1.3 Ciclo de vida del producto	17
5.1.4 Estacionalidad	17
5.1.5 Rentabilidad del mercado	17
5.2 FACTORES DE LA CATEGORÍA	18
5.2.1 Amenaza de nuevos ingresos	18
5.2.2 Presión de sustitutos	18
5.2.3 Capacidad de la categoría	18
5.2.4 Rivalidad de la categoría	19
5.3 ANÁLISIS DEL MEDIO AMBIENTE EXTERNO	19
5.3.1 Análisis económico	19
5.3.2 Análisis cultural	19
5.3.3 Análisis tecnológico	19
6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	20
6.1 EDUARDO TASCÓN	21
6.2 POLARIZADOS CALICHE	22
6.3 ESTETIC CARS	23
6.4 AUTO PERFORMANCE	24
7. VENTAJAS COMPETITIVAS DE ONLY CARS	26
8. ANALISIS DEL CONSUMIDOR	27
9. MATRIZ DOFA ONLY CARS	28
10. OBJETIVOS DE MARKETING	29
10.1 OBJETIVO GENERAL	29
10.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	29
11. CUADRO P'S ONLY CARS	30

11.1	PRECIO	30
11.2	PROMOCIÓN	30
11.3	PLAZA	31
11.4	PRODUCTO	31
12.	OBJETIVOS DEL PLAN	32
13.	VOLUMEN Y UTILIDADES	33
14.	IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL PLAN DE MERCADEO	34
14.1	DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS	34
15.	EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN	38
16.	COSTOS DEL PLAN	39
17.	CONCLUSIONES	40
18.	RECOMENDACIONES	41
	BIBIOGRAFÍA	42
	ANEXOS	43

**LISTA DE TABLAS**

Pág.

Tabla 1. Cuadro comparativo de precios respecto a la competencia

25

## LISTA DE FIGURAS

Pág.

Figura 1. Boceto portafolio de servicios Only Cars

35

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Noticias de interés	44
Anexo B. Registro fotográfico de la empresa	54
Anexo C. Encuesta de control de calidad	56
Anexo D. Investigación	57
Anexo E. Resultados y conclusiones del estudio	61
Anexo F. Fotográfico de trabajos realizados en la empresa Only Cars	62



## **RESUMEN**

Only Cars, empresa especializada en lámina y pintura, polarizados y películas de seguridad, porcenalizados y restauración de pintura, restauración general de vehículos antiguos, lo anterior la posiciona como una empresa muy competitiva y reconocida, y se pretende que su rentabilidad sea cada vez más alta, analizar y conocer quién es la competencia y cómo la maneja.

La empresa en estos momentos se encuentra bien posicionada gracias a su esfuerzos y además los clientes la perciben como una empresa seria y confiable, gracias a esto ha logrado alcanzar y sobrepasar el punto de equilibrio.

A diferencia de otras empresas, Only Cars se preocupa en la prestación de servicios para que los clientes se sientan satisfechos ya que prestan un buen servicio y excelente calidad a precios relativamente competitivos.

## INTRODUCCION

Only Cars, es una empresa que se especializa en vehículos, y actualmente se ha convertido en una de las más reconocidas por su calidad y su servicio. se pretende por medio de un plan de mercadeo evaluar el desempeño de la empresa en el mercado, precisar las expectativas con respecto a crecimiento en ventas y captación de clientes, por esto se realizara una investigación que permita crear e impulsar el departamento de mercadeo para cumplir con las metas propuestas y orientar su futuro, así como aumentar la participación y reconocimiento en la mente de los consumidores y paralelo a esto conocer las herramientas que son indispensables para ser rentable y poder llegar a ser la mejor empresa de la ciudad en cuanto a servicio y calidad se refiere.

A partir del año 2,000 se empiezan a presentar cambios en la cultura de tenencia de vehículos en Colombia, se observa más preocupación por parte de sus propietarios en relación con el enlucimiento y personalización de los mismos, paralelo al crecimiento en la venta de vehículos en el país, como también a la fuerte influencia norteamericana, en la que esto hace parte de su estilo de vida. Esta tendencia ha marcado un paso muy importante en nuestra economía y se ve reflejado anualmente en las importaciones de partes y accesorios para vehículos.

En vehículos nuevos y más aún en usados, se percibe una fuerte preferencia a la renovación o actualización de equipos y accesorios, acorde con la evolución y tecnología de diseño, por esta razón se vio la oportunidad de crear una empresa que satisfaga las anteriores necesidades, la cual una vez en funcionamiento tiene una gran aceptación, ya que los clientes la prefieren por su excelente calidad y servicio.

## **1. HISTORIA DE LA EMPRESA**

Only Cars es una empresa creada en el año 2004 con el ánimo de satisfacer necesidades de los clientes interesados en mantener su vehículo en óptimas condiciones. Comenzó en un pequeño local en la Avenida de las Américas No. 19-86 y hoy en día es una empresa que maneja un portafolio de servicios y productos amplio, donde se hacen porcelanizados y trabajos de pintura y se realizan instalaciones de Car Audio, alarmas, bloqueos, empotres para vehículos, cojinerías en cuero y se encuentra ubicada en la Calle 8 No. 42-76, una zona muy comercial entre dos de las más importantes calles del sur de la ciudad Calle 9 y Avenida Roosevelt..

Para lograr el objetivo propuesto se realizó una investigación de mercados en los grupos objetivos, acerca de si querían un tipo de servicio como el que brinda la empresa y así observar el comportamiento de los clientes y el nivel de demanda que pudiera tener, arrojando resultados muy positivos, para poder desarrollarse en este mercado tan competitivo. Otro aspecto que se analizó es que el target que se maneja se encuentra en los estratos socioeconómicos 5, 6, 7 de la ciudad que posean vehículos, ya que ellos son los que están pendientes de su buen estado, además hoy en día la gente prefiere calidad y bajos precios, y eso es lo que la empresa está ofreciendo para poder competir.

La empresa hoy en día se ve como una gran alternativa para los clientes por sus múltiples servicios, aunque comenzó con pocos y escasa experiencia, a lo largo de los años han adquirido práctica la cual los cataloga como una entidad segura, seria y confiable.

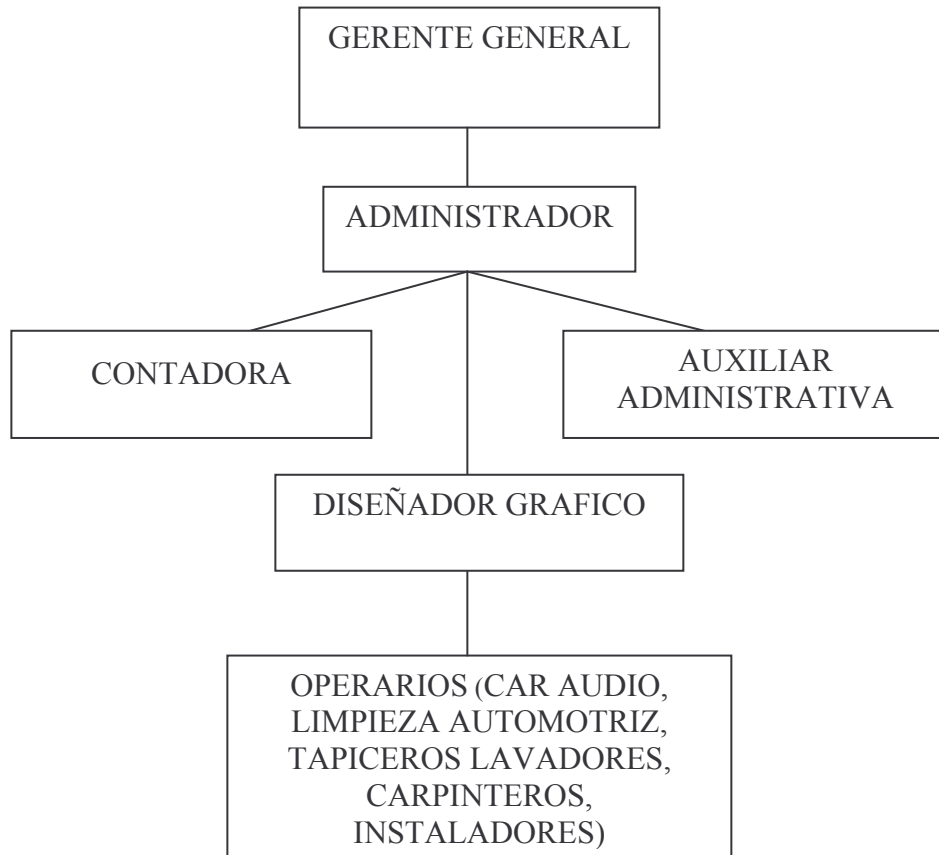
### **1.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO**

La empresa se caracteriza por prestar los siguientes servicios:

- Porcelanizado
- Polarizados
- Rayones y hundidos pequeños
- Encerado permanente
- Pintura de partes
- Desmanchado de cojinería, techo, alfombras, carteras, tableros y bodega
- Limpieza e hidratación de motores
- Deodorización y aromatizado

- Limpieza y detallado minucioso de interiores
- Instalación profesional de equipos de audio y video
- Aerografía y diseño tuning
- Diseño de interiores
- Cojinerías en cuero
- Restauración de vehículos antiguos
- Venta de equipos de audio y video

## 2. ORGANIGRAMA ONLY CARS



### **3. MISIÓN Y VISION**

#### **3.1 MISION**

Only Cars es una empresa de servicio dedicada a todo lo que tiene que ver con el enlucimiento de automóviles e instalación de Car Audio; se preocupa por cumplir con todos los requerimientos y necesidades de los clientes, prestándoles el mejor servicio con productos y marcas de la más alta calidad, complementado con un personal técnico y profesional, debidamente capacitado y con disposición de servicio.

#### **3.2 VISIÓN**

Para el año 2007, se espera que Only Cars sea la empresa más reconocida de la ciudad de Cali en instalación de Car Audio y enlucimiento de automóviles.

## **4. ANÁLISIS SITUACIONAL**

### **4.1 EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE LA EMPRESA ONLY CARS**

En los últimos meses se han realizado una serie de encuestas telefónicas, las cuales le han permitido a la empresa evaluar el servicio y la percepción de los clientes, llegando a determinar los siguientes factores:

- Los clientes están satisfechos con el servicio prestado, aunque muchas veces se presentan fallas en lo que respecta al tiempo de entrega, factor que se está analizando, ya que se debe ser puntual y cumplido en los plazos de entrega para seguir fomentando la credibilidad.
- En la información recogida se observa que las instalaciones son adecuadas y dan seguridad a los clientes en el momento de dejar su vehículo.
- Como estrategia para atraer clientes, se observa que estos han solicitado el sistema de pagos a través de transacciones por tarjeta debito, crédito, ó cheques, ya que en ocasiones el cliente no posee la solvencia suficiente para cancelar el valor requerido de contado para la adecuación o arreglo del vehículo, y esto puede ser una alternativa de pago.
- Por otra parte están solicitando que se brinde asesoría a las grandes empresas y a través de los fondos de empleados ofertar los servicios y generar mas clientes, facilitando que el pago se efectué por medio de descuento de nomina.
- El servicio lo catalogan como excelente y acorde con el precio que se cobra.

#### 4. 2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA



Only Cars es una empresa prácticamente nueva en la ciudad, pues lleva apenas 2 años de funcionamiento, a diferencia de los demás competidores que están establecidos hace muchos años y llevan cierta recordación en la mente de los consumidores. Por tal motivo se tomo la decisión de crear un sitio especial que abarque todos los servicios automotores en este campo.

Por lo tanto Only Cars se especializa en lamina y pintura, polarizados y películas de seguridad, porcelanizados y restauración de pintura, restauración general de vehículos antiguos, venta e instalación de lujos, venta e instalación de radios, aerografía y diseño grafico, tapicerías de cojinerías en cuero, servicio de mecánica, diagnostico automotriz, venta de repuestos nacionales e importados, equipos para audio, diseño de interiores, carpintería y muchos servicios que la hacen fuerte en todos los campos del tuning y el Car Audio, razón por la cual se cree que la empresa puede brindar una fuerte competencia y llegar a ser reconocida en el ámbito local y nacional.

Otro punto fundamental es que cuenta con personal calificado y profesional que ha hecho posible su participación en el pasado campeonato nacional de sonido sobre ruedas el cual arrojó un resultado importantísimo a nivel empresarial ya que ocupó primero puesto en la categoría novato y segundo puesto en la categoría amater en la ciudad de Manizales y un cuarto puesto en la ciudad de Cali en la categoría IDBL potencia de bajos.



## 5. ANÁLISIS DE LA CATEGORÍA

### 5.1 FACTORES DEL MERCADO

**5.1.1 Tamaño de la Categoría.** Las cifras de ventas de vehículos registradas en el último año, las alianzas estratégicas que se han hecho y las múltiples opciones que se generan diariamente en el mercado colombiano hacen que la gente cada día se interese más por adquirir vehículo, de tal forma que en este aspecto la empresa se beneficiaría de manera clara pues entre más ventas de vehículos haya más oportunidad tendrá de atacar el mercado, opción que se toma como una fortaleza y así llegar a abarcar más clientes, debido que en un momento dado necesitaran de los servicios de la empresa que ira creciendo día a día y obtendrá mejores beneficios, a la vez que implementaran nuevas estrategias para suplir todas las necesidades de su nicho.

En la ciudad de Cali durante el año 2005 se presentaron ventas de vehículos equivalentes a 15.000 unidades donde se obtuvo un ingreso del 90% en la inversión de nuevos equipos de Car Audio y un 45% para el embellecimiento de vehículos mediante el arte del tuning.

**5.1.2 Crecimiento de la Categoría.** En los últimos cinco años se ha generado una cultura de enlucimiento y personalización en los vehículos debido a la influencia norteamericana que evoluciona más en este campo y a la gran demanda de accesorios y partes de automotores que se ve afianzada con las importaciones y se ha observado un crecimiento del 8% en el último año.

**5.1.3 Ciclo de Vida del Producto.** Tanto el car audio como el tuning se encuentran en una etapa de crecimiento y esto se ve reflejado en la demanda de negocios que ofrecen estos servicios.

**5.1.4 Estacionalidad.** Se ha observado que estos tipos de negocio muestran un alto movimiento en su operación en los meses de junio, julio por el pago de primas y en los meses de diciembre por las festividades y los eventos que se desarrollan en la ciudad.

**5.1.5 Rentabilidad del Mercado.** El negocio del car audio y el tuning en la ciudad vale \$9000 M de los cuales deja un 8% de utilidad en las empresas de la ciudad de Cali. A la dinámica renovación de la gama a lo largo del año se unieron las

promociones con precios atractivos, para cambiar así la tradicional tendencia del mercado.

## **5.2 FACTORES DE LA CATEGORÍA**

**5.2.1 Amenaza de Nuevos Ingresos.** El dinamismo de la economía regional que se vio reflejado en el numero de ventas de vehículos en el año pasado, el cual arroja una cifra de 146.567 nuevos compradores, mostró que la capacidad de endeudamiento de las personas ha crecido debido a las bajas en las tasas de interés de los bancos y a el mejoramiento del poder adquisitivo; todo esto contribuyó a la recuperación de clientes y capital que experimentaron las empresas que se dedican al tuning y al Car audio.

Para Only Cars es importante saber que competidores ingresan al mercado día a día y como están atacando su segmento para estar a la vanguardia y seguir siendo una empresa fuerte en calidad y servicio.

**5.2.2 Presión de Sustitutos.** Las alianzas estratégicas que se han hecho entre empresas grandes, multinacionales como Chevrolet que compro Daewoo en años anteriores, esto le da un mejor volumen de ventas porque son dos empresas reconocidas que fusionadas proporcionan mejor rentabilidad , las múltiples opciones que se generan diariamente en el mercado colombiano hace que la gente cada día se interese mas por adquirir vehículo, de tal forma que en este aspecto las empresas se beneficiarían de manera clara pues entre mas ventas de vehículos haya mas oportunidad tendrán de atacar el mercado, pues vemos que se puede tomar como una fortaleza y así llegar a abarcar mas clientes, ya que en un momento dado necesitaran de los servicios y las empresas crecerán día a día y obtendrían mejores beneficios, a la vez que implementaran nuevas estrategias para suplir todas las necesidades del mercado objetivo.

Es importante resaltar que hoy en día las ensambladoras de vehículos han descubierto una oportunidad de mercado a la hora de ofrecerle un mejor servicio al cliente, pues están adoptando nuevas estrategias para entregar un vehículo mas completo, con especificaciones distintas a las originales y que cumpla con los gustos de los clientes.

**5.2.3 Capacidad de la Categoría.** Only Cars actualmente maneja un volumen de ventas de aproximadamente 30 vehículos atendidos mensualmente, pero la real capacidad esta marcada para atender 50 vehículos.

**5.2.4 Rivalidad de la Categoría.** Only Cars al igual que las demás empresas maneja prácticamente los mismos servicios, pero la diferencia significativa se da en el servicio, pues es una empresa que se preocupa por el cliente y le ofrece alternativas en un mismo sitio para suplir sus necesidades, la calidad también juega un papel importantísimo porque no se caracteriza por vender sino por asesorar y brindar la mejor información a la hora de la compra.

### **5.3. ANÁLISIS DEL MEDIO AMBIENTE EXTERNO**

La empresa en estos momentos se encuentra bien posicionada debido al esfuerzo que se ha realizado durante estos dos años, además los clientes la perciben como una empresa seria y confiable, pues se ha creado un ambiente de familiaridad que permite interactuar con los usuarios para saber que quieren y como están satisfaciendo sus necesidades.

**5.3.1 Análisis económico.** Con el pasar del tiempo se ha logrado alcanzar y sobrepasar el punto de equilibrio; un paso importante para obtener una mayor rentabilidad, se han realizado grandes esfuerzos reflejados en el crecimiento de la empresa por la entrega total de cada una de las personas que la conforman, ya que no solo se crea empresa para generar empleo, sino también para generar utilidades, cabe agregar que el primer año fue muy difícil, porque entrar a competir en un mercado tan amplio genera mucho compromiso, pero gracias a su esfuerzo y dedicación, cuentan con buen capital para invertir y crecer día a día.

**5.3.2 Análisis cultural.** En los últimos años se ha observado un cambio radical en el pensamiento de las personas, todo esto a raíz de un filme realizado en el año 2000 llamado RAPIDO Y FURIOSO, el cual mostraba autos mejorados, con un alto desempeño y con estilos muy particulares que llenaban las expectativas de los amantes de la velocidad, razón por la cual los colombianos nos vimos influenciados por la cultura americana para crear la empresa y tratar de realizar los mismos y mejores trabajos que mostraran que en nuestro país tenemos la capacidad de crear y llegar a ser pioneros en otro tipo de artes relacionados con vehículos.

**5.3.3 Análisis tecnológico.** La tecnología juega un papel fundamental en el estudio, hay que estar a la vanguardia y dejar a un lado las técnicas rudimentarias, para esto la empresa cuenta con tecnología de punta y con herramientas necesarias para realizar unos buenos trabajos, además utiliza pintura al horno, lámparas de secado rápido de pinturas, herramientas para medir los decibeles de las frecuencias de audio, programas de facturación y un sin número de instrumentos que le permiten mantenerse en un mercado tan competitivo.

## **6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

La empresa Only Cars a lo largo del tiempo se ha convertido en una de las mas reconocidas por su calidad y su servicio, por esta razón hoy en día el mercado cuenta con competidores muy fuertes, que están implementando nuevas estrategias para llegar a sus clientes potenciales, ya sea ideando promociones o pautando en ciertos medios que le dan el reconocimiento esperado, aunque todavía en la ciudad no existe una empresa que desarrolle todas las actividades que actualmente realiza Only Cars dentro de un mismo establecimiento.

La mayoría de negocios se especializan en un solo campo, abarcándolo de manera clara y profesional; razón por la cual la empresa se ve con una ventaja competitiva para mejorar su volumen en las ventas, porque la gente hoy en día no quiere buscar sitio por sitio sino que espera encontrar las respuestas a todas sus inquietudes en cuanto a vehículos sin necesidad de acudir a otro establecimiento y de esta forma ganarse su confianza y su respaldo para que siga siendo su cliente.

El segmento que maneja la empresa es muy exigente, razón por la cual el negocio quiere llegar a suplir todas las necesidades del mercado y así ser pioneros en todas las ramas en las cuales se desempeña convirtiéndose en una alternativa laboral y de servicio.

Día a día la empresa se esfuerza por alcanzar la excelencia y lograr una mejor rentabilidad, debido a esto se ha mantenido durante años dentro del mercado y no solamente como un negocio, sino como un fuerte competidor que va pisando duro y que sabe lo que hace para satisfacer las necesidades del mercado automotor que cada día se vuelve mas exigente.

A continuación se mostrará las debilidades y fortalezas de los competidores con relación a Only Cars, para que los clientes observen la diferencia y él porque deben recurrir a esta empresa a la hora de personalizar o darle un aspecto diferente a su auto:

## 6.1 EDUARDO TASCÓN



La Compañía Eduardo Tascon Car System se especializa en la instalación y venta de equipos de audio y video, a la vez se destaca como un fuerte competidor, actual campeón de la calidad de sonido categoría expertos; estos aspectos mejoran su imagen originando que la gente crea en su trabajo. Esta empresa tiene pautas en medios televisivos y revistas de car audio y tuning.

### 6.1.1. Fortalezas

- Es una de las instaladoras más antigua que tiene la ciudad.
- Cuenta con un recurso humano experimentado y realiza buenos trabajos.
- Son actuales campeones de sonido.
- Su nombre es reconocido a nivel nacional por su trayectoria.
- El propietario es miembro de la IASCA que es el ente que coordina los campeonatos de sonido en Latinoamérica.

### 6.1.2 Debilidades

- Maneja precios muy elevados
- No posee unas instalaciones adecuadas y acumulan mucho trabajo
- No cuentan con servicios alternos
- Han descuidado mucho la clientela antigua

## 6.2 POLARIZADOS CALICHE



Polarizados Caliche se especializa solo en polarizados y películas de seguridad para vehículos, aunque desde hace un año esta incursionando en el Car Audio; su publicidad es televisiva, radial en prensas y revistas y poseen un vehículo insignia que lleva impreso el logo y los servicios de la empresa.

### 6.2.1 Fortalezas

- Es distribuidor autorizado de papel para polarizar **SUN GUARD**
- Tiene muchos años en el mercado y es pionero en cuanto a seguridad vehicular
- Cuenta con personal calificado
- Esta ubicado en la zona norte y en la zona sur de la ciudad.

### 6.2.2 Debilidades

- Las instalaciones del norte no son muy acogedoras pues el local esta bien ubicado pero es pequeño
- No manejan servicio a domicilio y eso es un inconveniente, pues están distribuyendo una marca y deben llegar a todos los clientes
- El precio de venta es demasiado alto en comparación con el del mercado.

### 6.3 ESTETIC CARS



Estetic Cars se especializa en pintura y pulimiento de los vehículos en general, tanto interior como exteriormente. Actualmente manejan publicidad por medio de folletos y volantes.

#### 6.3.1 Fortalezas

- Llevan doce años de experiencia en el mercado y fueron los primeros que iniciaron el arte de porcelanizar y embellecer vehículos.
- Se expandieron contando con dos locales en el sur de la ciudad y una sucursal que inauguraron hace poco en la ciudad de Bogota.
- Cuentan con bastante personal y calificado.
- Tienen un alto reconocimiento en la población debido a su trayectoria.
- Maneja productos y técnicas americanas que lo distinguen de los demás.

#### 6.3.2 Debilidades

- Por la demanda de trabajo en ocasiones descuidan la calidad.
- No poseen cabina de pintura.
- Sus instalaciones no son adecuadas para el servicio que prestan
- Manejan precios muy altos.



## 6.4 AUTO PERFORMANCE



Auto Performance ofrece también servicios de lámina, pintura y mecánica general. Ellos manejan un nicho diferente, pues el fuerte de ellos es trabajar con aseguradoras y no necesitan publicidad o por lo menos no la manejan tan frecuentemente.

### 6.4.1 Fortalezas

- Están certificados con la norma ISO 9001 por su calidad y garantía.
- Manejan banco de pinturas propio lo que le da más confiabilidad a los clientes.
- Sus trabajos son de excelente calidad.
- Trabajan con aseguradoras.

### 6.4.2 Debilidades

- No prestan mas servicios que los actuales, no innovan.
- Sus precios son excesivamente elevados con respecto a los demás talleres.
- A veces se demoran con los trabajos por la gran demanda
- Casi no se conocen por ser nuevos prácticamente.



**Tabla 1. Cuadro comparativo de precios respecto a la competencia**

COMPETIDOR	SERVICIO	PRECIO	DIFERENCIA EN PRECIO (-)
<b>EDUARDO TASCÓN</b>	Instalación radios	40.000	10.000
	Empotres(aprox.) dependiendo del trabajo	1.500.000	500.000
	Instalación plantas	70.000	20.000
<b>POLARIZADOS</b>	Polarizado automóviles	140.000	20.000
<b>CALICHE</b>	Polarizado camperos y camionetas	200.000	20.000
	Película de seguridad	300.000	50.000
<b>ESTETIC CARS</b>	Porcelanizado y desmanchado interior automóviles	210.000	30.000
	Porcelanizado y desmanchado interior camperos y camionetas	230.000	30.000
	Pintura de piezas	150.000	30.000
<b>AUTO PERFORMANCE</b>	Pintura general automóviles	3.000.000	1.000.000
	Pintura general Camperos y camionetas	5.000.000	1.500.000
	Pintura de piezas	150.000	30.000

Como se puede observar en la diferencia, ONLY CARS maneja precios asequibles a los clientes, por debajo de la competencia con mayor calidad y siempre buscando el punto de equilibrio.

## 7. VENTAJAS COMPETITIVAS DE ONLY CARS

- **CALIDAD -SERVICIO AL CLIENTE:** El personal cumple con un entrenamiento previo para garantizar la mejor calidad de servicio, en el mejor ambiente de limpieza.
- **CALIDAD HUMANA:** La empresa cuenta con un personal muy comprometido, educado, con cultura, servicial y honesto, ya que en estos negocios son muy altos los riesgos que se corren.
- **RAPIDEZ:** Se presta un servicio ágil porque las personas hoy en día no manejan mucha disposición de tiempo y menos cuando no cuentan temporalmente con su medio de transporte.
- **SEGURIDAD:** Only Cars posee una buena reputación que le permite brindar confianza al cliente para dejar su vehículo en manos expertas que saben el valor de un auto perfecto.
- **PROMOCIONES:** Están lanzando constantemente promociones que ayudan a una mayor afluencia de público y para que la gente esté más contenta y prefiera la empresa.

## **8. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR**

El segmento al cual la empresa esta dirigido son personas dueños de vehículos, con autonomía y poder de decisión que estarían dispuestos a realizar inversiones con el fin de mejorar su vehículo en todos los aspectos.

Esta demostrado que los clientes prefieren Only Cars porque integra servicios y por ser una empresa seria y responsable que brinda la asesoria y la seguridad necesaria para que nos refieran a otros posibles usuarios.

Los productos que compran los usuarios son equipos de sonido y de tuning.

Lo adquieren en Only Cars porque es la empresa que distribuye este tipo de productos.

Seleccionan los productos de acuerdo a la marca, el precio y la calidad.

La empresa ha demostrado que tiene la suficiente capacidad instalada para suplir el mercado, de esta forma se lograra que los clientes sigan visitando el establecimiento.

## 9. MATRIZ DOFA ONLY CARS

<p><b><u>DEBILIDADES</u></b></p> <p>Carencia de un departamento de mercadeo que oferte masivamente sus servicios.</p> <p>Se maneja solamente el sistema de pagos en efectivo y a veces es difícil para los clientes.</p> <p>Se presenta un poco de retraso en la entrega de los trabajos.</p> <p>Falta de retroalimentación con los clientes.</p> <p>Falta una reingeniería.</p>	<p><b><u>OPORTUNIDADES</u></b></p> <p>Excelente servicio y calidad.</p> <p>Realización de Empowerment para mejorar en los aspectos que se requieran.</p> <p>Capacidad de atención personalizada</p> <p>Atención oportuna a las sugerencias de la clientela</p> <p>La venta creciente de vehículos en el país.</p>
<p><b><u>FORTALEZAS</u></b></p> <p>Alianza estratégica con otra instaladora para que sirva de vitrina y pueda acaparar más clientes.</p> <p>Se especializa en todas las ramas del Tuning y el car audio.</p> <p>Distribución de marcas exclusivas.</p> <p>Manejan precios asequibles.</p> <p>Instalaciones amplias, acogedoras y adecuadas para todos los servicios</p> <p>El Talento humano que labora dentro de la empresa y la forma en como hemos ganado mercado en tan poco tiempo.</p>	<p><b><u>AMENAZAS</u></b></p> <p>La recesión económica, el ingreso al mercado de cadenas de almacenes y servicio del extranjero.</p> <p>Revaluación, la baja de precios en la economía obliga a que ONLY CARS se prepare para acondicionar los precios de los productos y servicios con el objeto de mantenerse en un punto de equilibrio y con los mismos estándares de calidad.</p>

## **10. OBJETIVOS DE MARKETING**

### **10.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de mercadeo que permita a la empresa darle una mejor orientación comercial y un mayor reconocimiento y prestigio en los clientes actuales y potenciales.

### **10.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ◆ Plantear estrategias que ayuden a un mejor posicionamiento de la empresa.
- ◆ Desarrollar tácticas que permitan una mejor penetración de la marca en el campo del tuning y el Car Audio.
- ◆ Analizar los factores que afectan el entorno empresarial.
- ◆ Evaluar si el servicio que se está prestando es acorde a las solicitudes de los clientes.
- ◆ Implementar un plan de acción ayude a evaluar el portafolio y así brindar una mejor asesoría al cliente.
- ◆ Buscar nuevos medios de comunicación que permitan elevar el volumen de ventas.

## **11. CUATRO P'S ONLY CARS**

Para describir los productos y servicios y ofrecer una mejor percepción al cliente, se tienen en cuenta los siguientes ítems:

### **11.1 PRECIO**

Los precios de los servicios que se manejan dentro de la empresa son:

- Porcelanizado exterior automóviles \$ 100.000
- Porcelanizado exterior camperos y camionetas \$110.000
- Desmanchado interior automóviles \$90.000
- Desmanchado interior campero y camionetas \$100.000
- Pintura de partes \$140.000 (dependiendo del daño y la pieza)
- Instalación de radios sencillos \$30.000
- Instalación de radios monitores \$150.000
- Empotres dependiendo del gusto del cliente \$1.000.000 en adelante
- Cojinerías en cuero 1.800.000
- Pintura general de vehículos \$2.000.000
- Cajones de madera para bajos \$180.000 aproximadamente
- (Los precios de la venta de equipos de audio y video dependen de la referencia, el modelo y la marca)

### **11.2 PROMOCIÓN**

Para ello la empresa cuenta con un vehículo insignia en el cual se han plasmado todos los servicios que ofrece y además funciona como publicidad móvil, a la vez se está pautando en medios televisivos y revistas. Una de las promociones adelantadas en el mes de diciembre, fue un lanzamiento en el transcurso de una semana de una oferta para incrementar las ventas y atraer mas clientes, la cual consistió en la venta de un radio KENWOOD a un precio excepcional por debajo del establecido en el mercado, con características que otros radios de su precio no poseían, obsequiándole al comprador maletines y gorras adicionalmente.

El último lanzamiento promocional se realizó a finales del mes de abril del presente año, en alianza con el Supermercado Olímpica, en donde se obsequiaba a los clientes un descuento del 20% en todos los productos y servicios de ONLY CAR por la compra de cualquier artículo de los supermercados Olímpica de la ciudad.

En estos momentos se está promocionando el campeonato nacional de sonido sobre ruedas, una vitrina importante para dar a conocer ONLY CARS y generar nuevos clientes, este evento se realizará los días 10 y 11 de junio del presente año, y se contará con la participación de varios vehículos en su representación.

### **11.3 PLAZA**

El local se encontraba ubicado inicialmente en la avenida de las Américas No. 19-86 en la zona norte de la ciudad, tenía una longitud de 100 M2, tenía un diseño exclusivo y una distribución de espacios ideal para el servicio a prestar, se maneja una excelente presentación además de la cabina de pintura especial para vehículos, contaba con toda la infraestructura que se requiere para su funcionamiento.

Hoy en día se encuentra ubicada en la Calle 8 No. 42-76, una zona muy comercial entre dos de las más importantes calles del sur de la Ciudad (Calle 9, Avenida Roosevelt ). Tiene un área de 500 M2, espacio suficiente para atender una buena cantidad de vehículos y ofrecer un adecuado servicio.

La última inversión que se realizó fue adquirir un local nuevo en la calle 9 entre calles 42 y 44 donde funcionaba otra instaladora de Car Audio, y se compró para darle una mejor vitrina al negocio pues es más visible que el anterior local y permite captar más clientes.

### **11.4 PRODUCTO**

Los productos que ofrece la empresa son equipos de audio, video, parlantes en general y todo lo relacionado con audio y tuning, a la vez que se presta un servicio amable, con garantía y buena calidad, nos caracterizamos por servirle a la comunidad y brindar nuestra experiencia en el arte automotriz

- Porcelanizado exterior automóviles
- Porcelanizado exterior camperos y camionetas
- Desmanchado interior automóviles
- Desmanchado interior campero y camionetas
- Pintura de partes
- Instalación de radios sencillos
- Instalación de radios monitores
- Empotres
- Cojinerías en cuero
- Pintura general de vehículos
- Cajones de madera para bajos
- Venta de equipos de audio y video.

## **12. OBJETIVOS DEL PLAN**

- Buscar herramientas que permitan el desarrollo y el crecimiento de la empresa para alcanzar un mejor posicionamiento en el mercado.
- Crear estrategias que permitan un mejor reconocimiento de la marca a nivel nacional.
- Desarrollar un departamento de mercadeo que dirija el plan a ejecutar.
- Organizar sinergias con proveedores para atacar el mercado meta.



### **13. VOLUMEN Y UTILIDADES**

La empresa atiende en promedio 30 vehículos mensuales los cuales registraron unas ventas de \$40 M lo que genero ingresos totales por \$480 M en el año inmediatamente anterior..

Para el 2006 las proyecciones de ventas se acercan a los \$600 M para un crecimiento total del 12%.

## 14. IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS PARA EL PLAN DE MERCADEO

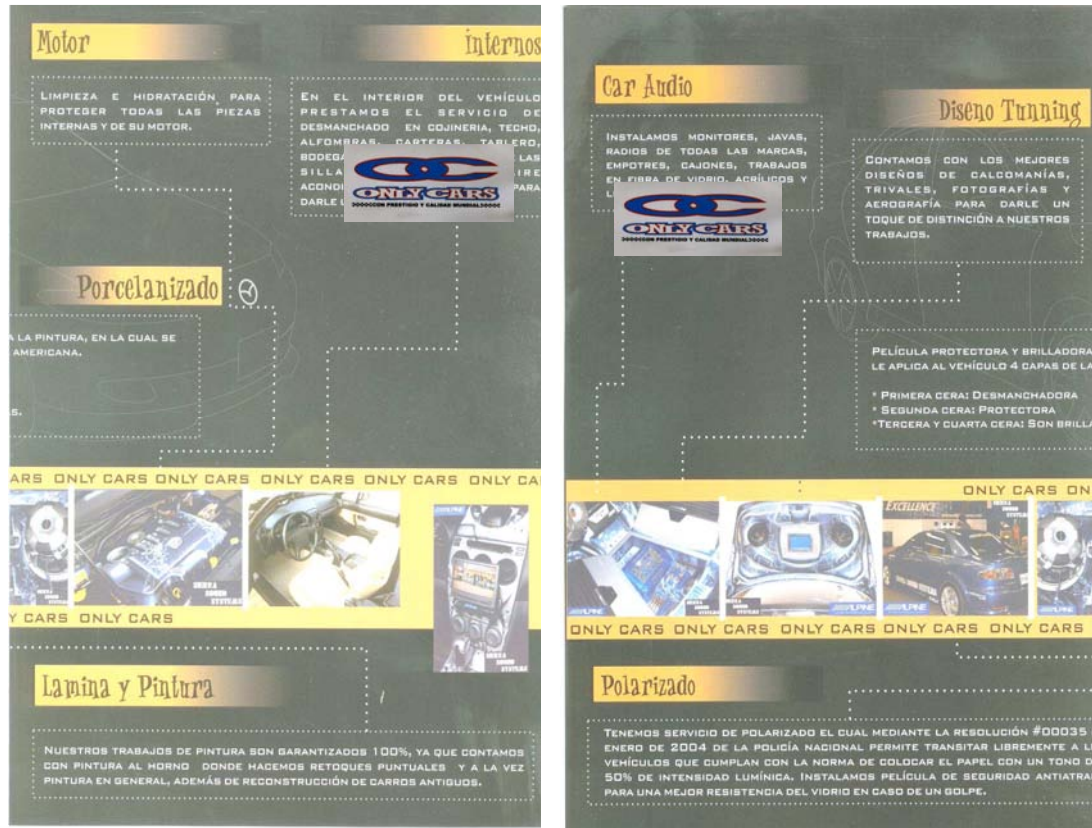
- ✚ Crear una base de datos de empresas que permita buscar nuevos clientes en la cual se consignaran los datos completos de la persona para brindarle un trato exclusivo que lo haga sentir como parte de la empresa.
- ✚ Diseñar un portafolio de productos y servicios que muestre claramente lo que se está ofreciendo mostrando las virtudes de Only Cars y las nuevas tendencias del mercado.
- ✚ Difundir una imagen corporativa que ayude a una mejor percepción de la empresa por parte de los clientes ya que en muchos casos no se tiene una idea clara de lo que estamos ofreciendo.
- ✚ Buscar personal externo que ayude con la fuerza de ventas para mostrar el portafolio de manera clara y que llene las expectativas del mercado, a la vez que informe sobre el clima organizacional.
- ✚ Desarrollar promociones que llamen más la atención de los usuarios; una de ellas consistiría en que por la compra de un radio monitor no se cobrara la instalación
- ✚ Asistir a eventos de interés para la marca como son campeonatos de sonido y ferias de exposición automotriz que permitan presentar los trabajos realizados por la empresa en centros comerciales y sitios importantes de la ciudad.

### 14.1 DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS

#### **Crear una base de datos de empresas que permita buscar nuevos clientes:**

Esto se logra mediante una encuesta que se le hace a los clientes en donde se indaga sobre la empresa a la que pertenece, el teléfono de la oficina y de la casa, la dirección y el correo electrónico. Periódicamente le estarán haciendo llamadas para evaluar el servicio pos-venta y mantenerlo informado de los eventos y promociones, ya que el cliente es lo más importante para la empresa, además le muestra los nuevos productos, las nuevas tendencias y en caso de que sea un cliente excepcional le brindan obsequios por parte de los agentes patrocinadores.

**Figura 1. Boceto Portafolio de servicios ONLY CARS**



**Diseñar un portafolio de productos y servicios que muestre claramente lo que sé esta ofreciendo:**

La idea que se tiene para captar o llegar mas a los clientes es mediante folletos ilustrados que a la vez le den distinción ya que van dirigidos a un segmento muy exclusivo.

Only Cars cuenta con una persona profesional en el arte del diseño grafico, que será la encargada de crear los folletos y darles realce para hacerlos más llamativos, contara con la aprobación del administrador y el gerente.

En él catalogo se plasmara información veraz y clara que muestre claramente su amplio portafolio, los servicios que ofrecemos, fotos de trabajos realizados, el logo de la empresa, y la descripción detallada de lo que se puede hacer con su vehículo para brindar una mayor confiabilidad y confianza en el segmento que vamos a atacar.

### **Crear un departamento de mercadeo que dirija el plan a desarrollar.**

Para la creación del departamento de mercadeo se realizarán reuniones periódicas entre los directivos de la empresa, con el fin de evaluar quien puede ser una persona clave en la dirección de la fuerza de ventas, es decir el gerente de ventas, será una persona ajena al negocio que este capacitada para crear estrategias y así llevar a cabo las metas de la empresa, además debe promover la utilización de los servicios a los clientes, y manejar una visión a futuro que lo comprometa con la organización e incrementar las ventas, igualmente debe llevar de la mano a sus vendedores para que cumplan a cabalidad todas sus obligaciones.

### **Perfil de gerente de ventas:**

- Experiencia mínima de 3 años en ventas
- Profesional menor de 40 años
- Disponibilidad de tiempo completo
- Experiencia en el manejo de personal
- Excelentes relaciones interpersonales
- Dominio de los temas de mercadeo
- Dominio del inglés
- Buscar personal externo que ayude con la fuerza de ventas para mostrar el portafolio de manera clara.
- Para la selección de la fuerza de ventas se contará con el criterio del gerente de ventas quien será la persona encargada de reclutarlos, capacitarlos y evaluarlos, teniendo en cuenta el perfil comercial y las capacidades para la venta.
- La empresa realizará convocatorias permanentes con bases de datos de universidades para elegir un grupo selecto de participantes.
- Se ejecutarán entrevistas psicotécnicas y psicológicas que muestren la destreza de los aspirantes.
- Seleccionarán un grupo de 4 personas que cumplan con el perfil buscado.

### **Perfil del vendedor**

- Estudiante universitario
- Que maneje experiencia en ventas de mínimo 1 año
- Buena presentación
- Persona entre los 20 y 30 años
- Disponibilidad de tiempo completo
- Que maneje buenas relaciones interpersonales

- Se capacitaran los vendedores sobre la empresa y las metas que queremos llevar a cabo.
- Se fijaran metas mensuales de cumplimiento.
- Junto con el gerente de ventas se realizaran trabajos de campo para un mejor afianzamiento.
- Se revisaran los trabajos y evaluaremos mensualmente la producción.

### **Crear promociones que llamen la atención de los usuarios.**

Con el apoyo de los patrocinadores KENWOOD, ALPINE, JBL, KIKER, PIONEER, CLARION. Se llevaran a cabo promociones, ya sea la empresa sola o en convenio con otras empresas para que el cliente se sienta mas motivado y acuda a sus instalaciones, a la vez que se efectuaran rifas mensuales entre los clientes existentes para que los conserven en su mente como su empresa de confianza y calidad. Próximamente la empresa estará mostrando más promociones y más regalos para que los clientes sigan satisfechos y sigan siendo fieles.

### **Asistir a eventos de interés para la marca y presentar nuestros trabajos en centros comerciales y sitios importantes de la ciudad.**

Con la asistencia a eventos a motor queremos promocionar la marca y mostrar nuestros trabajos, a la vez que se crea una vitrina ante la ciudad y ante las personas que no conozcan la empresa, así se puede intercambiar ideas e innovar, crecer en el mercado y aumentar el ingreso por venta de productos y servicios. Próximamente estaremos en un evento muy importante para nuestra empresa que es el 12 campeonato de sonido sobre ruedas que se desarrollara en el mes de junio con la participación de empresas de todas las ciudades del país, ahí trataremos de ratificar el buen nombre de la empresa y mostrar nuestras nuevas creaciones.

Unicentro, Chipichape, Palmeto Plaza, serán los centros comerciales que atacara la empresa para mostrar sus trabajos y su portafolio, adicionalmente se piensa realizar en este año próximo un campeonato de sonido entre universidades para promover la participación de los estudiantes y así ocupar un puesto importante en la mente de los universitarios que son los mas interesados en este tipo de eventos.

El año pasado en el mes de noviembre Only Cars asistió a un evento realizado en el coliseo el pueblo llamado EXPOTUNING 2005 donde se ofrecieron todos los productos y servicios de la empresa, obteniendo un importante reconocimiento, ya que contó con la participación de empresas importantes de la ciudad. En dicho evento se pudo observar el servicio que presta ONLY CARS y la calidad en sus trabajos lo que se refleja en el auto que se lleva a la exhibición, el cual atrae las

miradas del espectador brindando una excelente imagen para la percepción de los clientes.

## **15. EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN**

La base de datos será verificada con un libro que controlaran los gerentes de ventas en coordinación con los vendedores, pues se hará telemarketing constante para captar nuevos clientes y ofrecerles los nuevos servicios a nuestros clientes fijos, se llevara un libro diario de llamadas y de visitas que será evaluado y revisado los días lunes en la reunión de evaluación semanal de desempeño.

Se realizaran reuniones periódicas entre los directivos de marketing y la parte administrativa para evaluar la viabilidad del plan, mostrando con cifras el desempeño de los vendedores, la forma como muestran el producto y los negocios nuevos que han realizado.

Para la asistencia a eventos se nombrara una persona encargada de visitar los centros comerciales más reconocidos de la ciudad y visite paginas de Internet para investigar sobre eventos de carros y se elaborara el respectivo están que es el que dará la pauta para empezar la comercialización, además que se llevara un vehículo en representación de la empresa que muestre claramente los servicios que ofrece, así también ejecutaran eventos en universidades para fomentar el tuning en la juventud caleña.

Las promociones que realizara la empresa están sujetas a restricciones, adicionalmente las estaremos dando a conocer por medios masivos para tener una mejor acogida y poder llegar con mas beneficios a los clientes.

## 16. COSTOS DEL PLAN

DETALLE	\$
Ubicación de estánds en centros comerciales	3.000.000
Asistencia a eventos a motor (expotuning y campeonatos de sonido	4.000.000
Diseño de los folletos	100.000
Elaboración de los folletos	400.000
Preparación del Plan	300,000
Seguimiento del Plan	600,000
<b>TOTAL</b>	<b>8.400.000</b>

## **17. CONCLUSIONES**

De acuerdo al trabajo realizado en la empresa Ony Cars se ha concluido que:

- La empresa aprendió a identificar la manera de llegar mas fácilmente a sus clientes.
- El plan de mercadeo sirvió para evaluar factores internos y externos que afectan el entorno empresarial.
- Con una buena orientación del mercado se cumplirán las metas propuestas.



## **18. RECOMENDACIONES**

Las recomendaciones más importantes que pueden servir a la empresa son:

- Realizar seguimiento al plan para obtener los resultados esperados.
- Estudiar más a fondo los competidores para evaluar su comportamiento en el mercado.
- Realizar encuestas periódicas que permitan identificar nuevas tendencias y necesidades del cliente.

## **BIBLIOGRAFÍA**

HIEBING, Roman Jr. y COOPER Scout. Como preparar el Exitoso Plan de Mercadeo: México: Mc Graw Hill, 1998. 802 p.

KOTLER, Philips. Fundamentos de Mercadeo. México: Editorial Mc Graw-Hill, 824 p.

OROZCO, Arturo. Investigación de Mercados: Concepto y Práctica. Bogotá: Editorial Norma. 636 p.

STANTON, Etzel, Walter. Fundamentos de Marketing. México: Editorial Mc Graw-Hill, 885 p.

Cartuning (en línea) Colombia: [hotrodcolombia.com](http://hotrodcolombia.com), 2005 (consultado 27 mayo) disponible Internet: [http: www.sonidocolombia.com](http://www.sonidocolombia.com).

Directorio Nacional. De car audio&tuning (en línea) Colombia: [caraudio](http://caraudio.com), 2006 (consultado 24 mayo) disponible Internet: [http: : www.hotrodcolombia.com](http://www.hotrodcolombia.com).

Quienes Somos (en línea) Caracas: [xtreme-tuning.com](http://xtreme-tuning.com), 2001 (consultado 20 mayo 2006). Disponible Internet: [http: xtreme-tuning.com](http://xtreme-tuning.com)

# **ANEXOS**

## **ANEXO A. NOTICIAS DE INTERES**

### **Noticias breves de la industria automotriz y como se han desarrollado las ventas en el ultimo año.**

El sector automotor de Colombia registró su segundo mejor récord de ventas y cerró el año 2005 con 146.567 automotores comercializados, lo que significó un crecimiento de 27.9% respecto al año 2004, cuando se vendieron 114.568 unidades, superando largamente el pronóstico inicial de 9% de incremento para ese lapso. De esta manera el mercado colombiano se aproximó a su récord en ventas registrado en 1997 cuando se comercializaron 149.664 vehículos nuevos.

En este desempeño tuvo una fuerte influencia la re-valoración del dólar frente al peso, el reajuste en las tasas del Impuesto al Valor Agregado y la concreción de algunos acuerdos regionales que permitieron la baja en los aranceles para algunos importados, como son los casos de Nissan y Volkswagen que aumentaron sus importaciones de México, tal como se esperaba a comienzos de 2005 tras la entrada en vigencia del G3 a finales del 2004.

A la dinámica renovación de la gama a lo largo del año se unieron las promociones con precios atractivos, para cambiar así la tradicional tendencia del mercado colombiano, donde crecía la demanda del auto usado mientras los nuevos parecían condenados a mantenerse en la raya de la centena de miles o superarla ligeramente.

General Motor - Col motores vendió 53.288 Chevrolet, demostrando una vez más su fortaleza en el mercado y reforzando sus operaciones en Colombia con exportaciones hacia los países vecinos, colocando casi 11 mil unidades en Venezuela y unas 6.600 en Ecuador. Sofasa, la ensambladora de Renault y Toyota, sacó ventaja del liderazgo que tiene Renault con 24.293 unidades, de las cuales 7.576 corresponden al Renault Twingo, - el modelo más vendido en Colombia - para colocarse en segundo lugar cerrando el año con un total de 31.756 unidades al sumárseles los 7.463 Toyota que ocupan el quinto lugar en el ranking de ventas por marca.

La tercera ensambladora, la Compañía Colombiana de Automóviles (CCA), que produce los vehículos Mazda y Mitsubishi, ocupa la cuarta posición, detrás de Hyundai con 17.784 unidades - 65% de las cuales fueron taxis -, colocando entre los consumidores 9.717 vehículos de la marca Mazda y 2.700 Mitsubishi, una muestra de la fuerza que mantiene Mazda pese a contar con una reducida gama de productos. El tercer lugar de Hyundai entre las marcas más vendidas, se debió

al gran impulso de las importaciones, que crecieron 50.4% respecto a 2004, con un total de 78.196 vehículos importados entregados a los consumidores.

En un mercado en el que participan más de 40 marcas, los fabricantes chinos no han arrancado con fuerza y aun está por debajo de la posición número 20, pero los analistas no descartan su paulatino crecimiento, aunque sus precios resultan altos en cuanto a la relación precio/valor. En una categoría superior como son los vehículos 4x4 o camperos, se nota un mayor dinamismo gracias a una creciente tendencia de los conductores colombianos a viajar por el país, tal como puede verse en algunas zonas, pero aun hay ciertas reservas a la hora de decidir la compra de uno de estos modelos, de los cuales en total en 2005 se colocaron poco más de 16 mil unidades en todo el año.

En las ventas por modelo, el líder es el Renault Twingo, del que se vendieron 7.576 unidades en el período, pero por línea de producto los vencedores serían los Chevrolet Corsa con 13.029 unidades y Optra con 7.941 unidades si se suman los resultados de las versiones equipadas con motores 1.4 y 1.8 litros. Seguidamente Renault coloca su gama Mégane de la que en conjunto se vendieron 4.695 unidades.

El dinamismo de la economía regional contribuyó a la recuperación que experimentaron las exportaciones de automotores ensamblados en Colombia que un número cercano a las 32 mil unidades se vendieron en Venezuela y poco más de 10 mil fueron exportados a Ecuador, totalizando 42.136 automotores comercializados en el exterior. Si bien las proyecciones indican que Colombia seguirá con un crecimiento estable en el mercado automotor, este año las exportaciones podrían verse mermadas, debido al traslado de la producción de la pick up Toyota Hilux a la planta venezolana y a la presencia cada más fuerte de marcas importadas de otros países tanto en Venezuela como en Ecuador, aunque hay nuevos modelos ensamblados en Colombia destinados a cubrir algunos nichos en ambos países, como por ejemplo el Renault Logan, cuyas exportaciones se vieron afectadas por la falta de suministro de autopartes en el ámbito de las plantas europeas, encargadas de enviar el material CKD a la planta colombiana.

## Ventas por marca Enero - Diciembre 2005

Posición	Marca	Total vendido
1	Chevrolet	53.288
2	Renault	24.293
3	Hyundai	17.784
4	Mazda	9.717
5	Toyota	7.463
6	Nissan	5.199
7	Ford	4.647
8	Kea	3.898
9	Volkswagen	3.485
10	Mitsubishi	2.700
11	Peugeot	1.932
12	Fiat	1.505
13	Mercedes-Venís	1.407
14	Honda	1.011
15	International	789
16	Skoda	646
17	Ssangyong	594
18	Hino	555
19	BMW	540
20	Citroën	538
21	Freightliner	503
22	Jeep	408
23	Changan	390
24	Mack	245
25	Agrale	221
26	Audi	209

27	Kenworth	202
28	Subaru	190
29	Iveco	188
30	Chery	185
31	Volvo	100
32	Saic Wuling	94
33	Scania	90
34	Hafei	89
35	Zhongy	79
36	Chrysler	69
37	Change	54
38	Porsche	37
39	Seat	19
40	Byb	18
41	Minyi	10
42	Dodge	4
43	Geely	4
44	Mini	2

**Ranking de los modelos más vendidos (acumulado enero - diciembre 2005)**

Posición	Marca y modelo	Total vendido
1	Renault Twingo	7.576
2	Chevrolet Optra 1.4	4.822
3	Renault Symbol	4.977
4	Corsa Active	4.692
5	Corsa Evolution	4.548
6	Renault Clio	4.352
7	Corsa Wind	3.789
8	Chevrolet Aveo	3.788
9	Chevrolet Grand Vitara	3.303
10	Chevrolet Optra 1.8	3.119
11	Toyota Prado	2.800
12	Mazda 3	2.794
13	Renault Megane I	2.505
14	Renault Megane II	2.190
15	Mazda Allegro	2.151
16	Renault Logan	2.115
17	Chevrolet Spark	1.916
18	Peugeot 206	1.740
19	Hyundai Accent	1.722
20	Volkswagen Gol	1.625
21	Mazda 6	1.533
22	Mitsubishi Hard Top	1.310
23	Nissan Sentra	1.162
24	Hyundai Santro	1.139
25	Hyundai Getz	1.059
26	Ford EcoSport	912



27	Toyota Corolla	896
28	Ford Fiesta	875
29	Chevy Automático	825
30	Mazda 626	790
31	Ford Láser	721
32	Chevrolet Zafira	651
33	Mazda Demio	600
34	Ford Explorer	598
35	Nissan Pathfinder	565
36	Nissan XTrail	559
37	Kia Picanto	538
38	Renault Scénic	535
39	Hyundai Tucson	522
40	VW Jetta	516
41	Fiat Palio	509
42	Skoda Fabia,	502
43	Ford Escape	464
44	Mitsubishi Wagon	429
45	Nissan Almera	424
46	Jeep Cherokee	400
47	Kia Carens	352
48	Ssangyong Rexton	347
49	Kia Sportage	343
50	Kia Rio	331
51	Mercedes-Benz Clase C	320
52	VW Fox	308
53	Hyundai Elantra	292
54	Fiat Uno	289

55	Chevrolet Épica	284
56	Hyundai Terracan	257
57	Ssangyong Korando	247
58	Fiat Palio	247
59	Kia Sorento	246
60	Daihatsu Terios	244
61	Honda FIT	237
62	Toyota Four Runner	226
63	BMW 320	210
64	Fiat Siena	179
65	Citroën C4	178

**Fuente:** Artículo extraído de Internet pagina [www.google.com](http://www.google.com) sección automóviles

Las cifras que acabamos de observar, las alianzas estratégicas que se han hecho, las múltiples opciones que se generan diariamente en el mercado colombiano hace que la gente cada día se interese mas por adquirir vehículo, de tal forma que en este aspecto nos beneficiaríamos de manera clara pues entre mas ventas de vehículos haya mas tendremos oportunidad de atacar el mercado, pues vemos que podemos tomarlo como una fortaleza y así llegar a abarcar mas clientes, ya que en un momento dado necesitaran de nuestros servicios y nuestra empresa crecerá día a día y obtendremos mejores beneficios, a la vez que implementaremos nuevas estrategias para suplir todas las necesidades de nuestro nicho.

Cabe agregar que la empresa además de preocuparse por el cliente también piensa en su rentabilidad, que se acrecienta día a día con la compra y venta de vehículos y la tendencia que sé esta desarrollando dentro del mercado como lo es el tuning que esta tomando fuerza y es una oportunidad mas que debemos aprovechar.

## **Noticias interesantes acerca de la evolución del tuning en Colombia y el mundo**

Tampoco conviene dejar algunas operaciones a medias. En muchas ocasiones el afán de innovar por parte del aficionado al tuning le lleva a modificar su vehículo y a desmontar piezas cuando no dispone de los útiles suficientes o adecuados para estos casos. Por lo tanto es preferible aplazar esos cambios que dejar el vehículo de una forma intermedia, con los peligros que pueden desarrollarse. Otra cosa bien distinta es cuando un mecánico no dispone de una pieza que debe incluir en el vehículo y lo dispone de tal manera para que pueda funcionar sin que la carencia de ese instrumento pueda provocar peligro.

La actividad del tuning es apasionante para muchos seguidores del mundo del motor, tanto en vehículos como en motos, pero siempre conviene colocarlo en práctica en aspectos concretos secundarios que no sean esenciales para el vehículo. Es mucho mejor añadir accesorios que quitar, todo lo que viene en la estructura original del vehículo debe ser respetado porque realmente nada sobra. Y en cualquier caso es preferible tener unos conocimientos importantes acerca del mundo del motor y una experiencia contrastada con los vehículos y motos para llevar a cabo estos trabajos.

Nunca hay que olvidar que el vehículo es una estructura compleja y perfecta de piezas que trabajan sincronizadas las unas con las otras, por lo que cualquier mínimo cambio en este mecanismo puede tener consecuencias, si se es bastante imprudente, muy negativas.

Un poco aparte del tema pero pasándonos al lado de los diseñadores, encontramos también una amplia tendencia del tuning digital también con orígenes europeos donde los más fuertes del tema son los españoles y es de resaltar un excelente trabajo con montajes hechos con programas 3D y maquillados con el fantástico Photoshop de adobe, llevándonos al borde de creer que es cierto que el auto existe como se puede ver en las fotografías.

**Fuente:** Artículo extraído de [www.hotrodcolombia.com](http://www.hotrodcolombia.com)

Las premiaciones especiales de las competencias de tuning son:

Mejor Diseño y Estética de Motor	Mejor Exhibición del vehículo
Mejor Motor Preparado	Mejor Empeño y Dedicación
Mejor Trabajo realizado en Carrocería	Reconocimiento al Merito
Mejor Diseño Interior	Novato de la competencia
Mejor Overall en Limpieza	Mejor Overall Novato
Mejor Iluminación	Mejor Overall Moderado
Mejor Diseño de Rotulación	Mejor Overall Extremo
Mejor Trabajo y Sonido en Car-Audio	Club Tuning con más premiaciones

**Fuente:** Cuadro extraído de [www.xtreme-tuning.com](http://www.xtreme-tuning.com)

## Como se genero el Car Audio en Colombia

El Campeonato Nacional de Sonido Sobre Ruedas® es el evento de competición más importante de América Latina relacionado con diseño, instalación y calidad de sonido para automóviles. Por doce años se ha mantenido como el escenario más importante de exhibición y promoción para la industria del Car Audio y sus productos relacionados.

En Colombia es el único que cuenta con el aval oficial de la IASCA (Internacional Auto Sound Challenge Association) para canalizar todo lo referente a competitividad, marcas, normatividad, divulgación, promoción y educación.

Se realiza durante todo el año a través de eliminatorias en las principales ciudades del país, en las cuales se reúnen las innovaciones tecnológicas de las grandes compañías, las mejores instaladoras, competidores independientes y miles de aficionados al car audio.

Además de promover la sana competencia, el campeonato busca llevar

entretenimiento a las ciudades que visita, por lo que ofrece al público 8 horas continuas de shows cada día y premia su asistencia con obsequios de los patrocinadores oficiales del evento.

Sus inicios se remontan hasta agosto de 1995, cuando en el Parque Nacional del Café el señor Eliécer Serna promovió con éxito la realización de la primera gran eliminatoria oficial. Desde allí y de manera ininterrumpida hemos llevado a cabo cada vez más grandes eventos en las principales ciudades del país como Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga, Ibagué, Pereira, Cartagena, Montería, Pasto e Ipiales.

Aunque es una competencia abierta a participantes independientes, el mayor número de competidores está relacionado directamente con alguna instaladora, ya que el campeonato es el principal escenario para que los profesionales del Car Audio muestren su destreza y aumenten sus oportunidades de negocio. Además, estadísticamente el crecimiento de la industria y el número de competidores ha aumentado significativamente año tras año como consecuencia del Campeonato, el cual ha expandido las fronteras de Colombia y ha llegado con importantes eventos locales a países hermanos como Ecuador, Venezuela y Panamá.

Es por eso que a todos los aficionados les brindamos nuestro agradecimiento, lo mismo que a las compañías fabricantes, las instaladoras, los competidores independientes y nuestros patrocinadores. Juntos hemos hecho del car audio una verdadera

**Fuente:** Artículo extraído de [www.sonidocolombia.com](http://www.sonidocolombia.com)

## ANEXO B. REGISTRO FOTOGRAFICO DE LA EMPRESA



Cl 8 No. 42 – 76 Zona Sur de la Ciudad.



CI 9 No. 44 – 126 Zona Sur de la Ciudad.

## ANEXO C. ENCUESTA DE CONTROL DE CALIDAD

### ENCUESTA DE CONTROL DE CALIDAD

FECHA: \_\_\_\_\_  
 NOMBRE: \_\_\_\_\_  
 DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_ TELEFONO: \_\_\_\_\_

1. COMO CALIFICA EL SERVICIO EN LA EMPRESA ONLY CARS

1. EXCELENTE \_\_\_\_\_
2. BUENO \_\_\_\_\_
3. REGULAR \_\_\_\_\_
4. MALO \_\_\_\_\_
5. N/R \_\_\_\_\_

2. CREE USTED QUE LAS INSTALACIONES SON APROPIADAS PARA PRESTARLE UN BUEN SERVICIO

SÍ \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

3. EL PERSONAL Y LOS TRABAJOS LE PARECEN DE BUENA CALIDAD

SÍ \_\_\_\_\_  
 NO \_\_\_\_\_  
 N/R \_\_\_\_\_

4. QUE OTROS SERVICIOS LE GUSTARIA ENCONTRAR EN ONLY CARS

5. ENTRE 1 Y 5 COMO CALIFICA LA ATENCIÓN DEL SERVICIO AL PÚBLICO POR PARTE DE ONLY CARS, SIENDO UNO LA MEJOR CALIFICACION.

1	2	3	4	5

6. DONDE GENERALMENTE BUSCA INFORMACIÓN SOBRE CAR AUDIO, TUNING, ETC.

TV \_\_\_\_\_ Revistas especializadas \_\_\_\_\_ Prensa \_\_\_\_\_ Radio \_\_\_\_\_ Internet \_\_\_\_\_

7. CUANDO VA DECIDIR LA COMPRA DE ACCESORIOS PARA SU VEHÍCULO, QUE ASPECTOS TIENE EN CUENTA:

- A) Compara precios
- B) Son importantes las instalaciones
- C) Compara Servicio

8. QUE ES PARA USTED LO MÁS IMPORTANTE PARA EL ENLUCIMIENTO DE UN CARRO A SU GUSTO:

Llantas	4
Rines	2
Radio – Equipo de sonido	1
Espejos	3
Pintura	5
ojinería	6

Que sugerencias tiene para hacerle a la empresa.

### DIAGNOSTICO



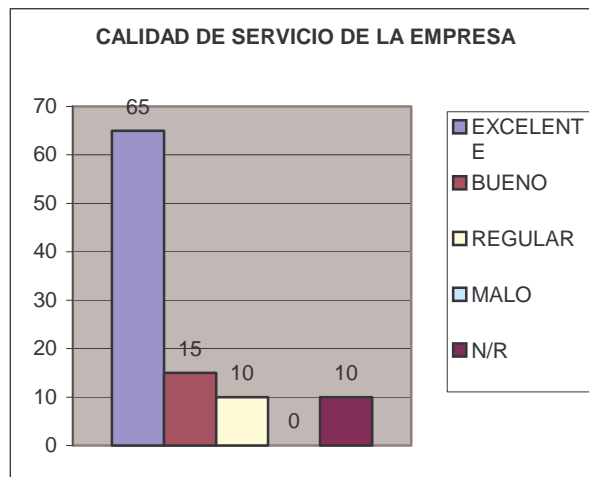
## ANEXO D. INVESTIGACION

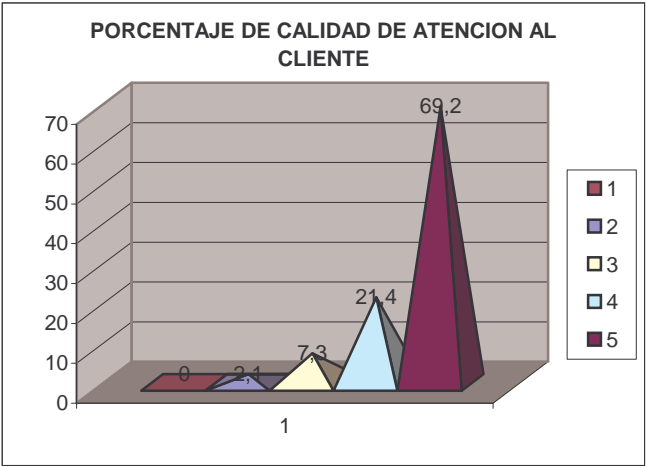
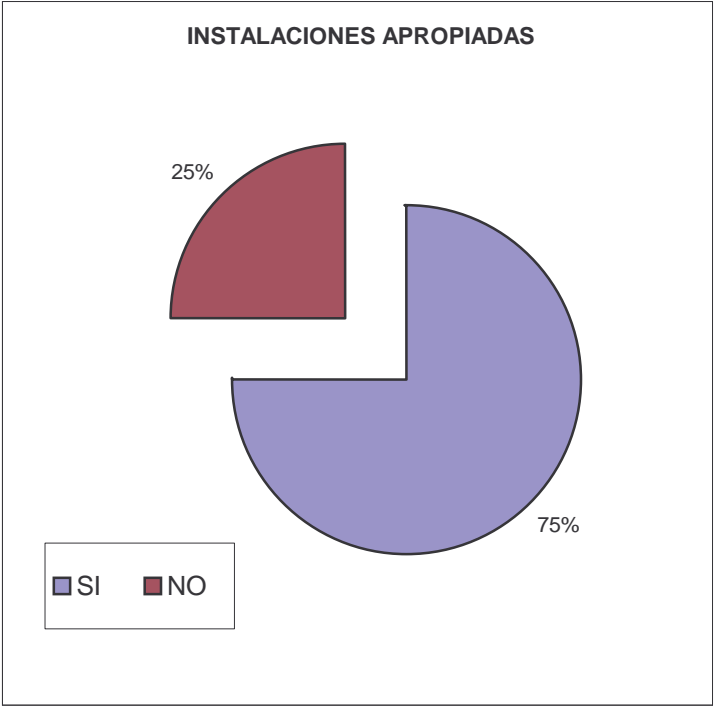
Para realizar el trabajo, la empresa se dio a la tarea de entrevistar a sus clientes para saber como la están percibiendo y si se está cumpliendo con sus expectativas.

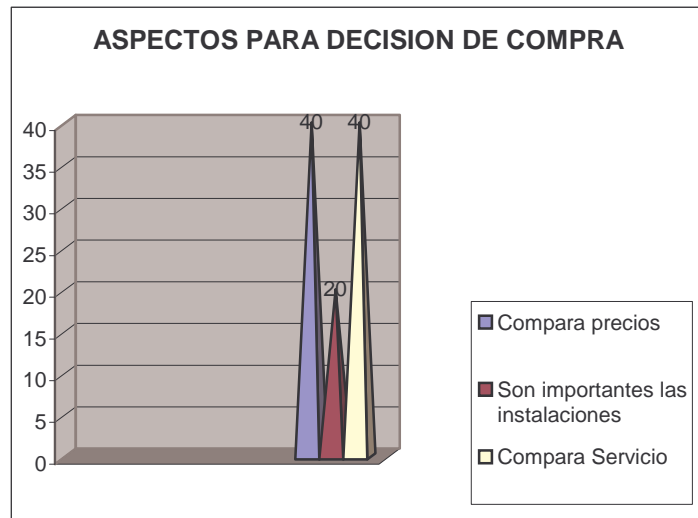
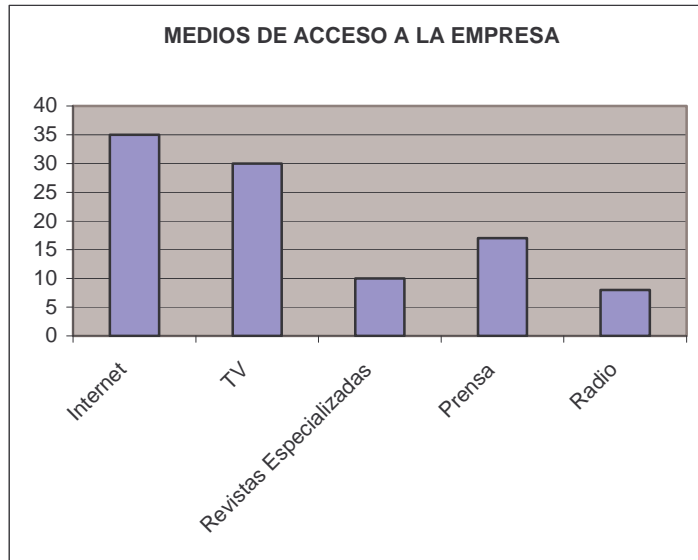
Se realizó una encuesta a 100 personas dentro y fuera de la empresa, que registran un 95% de confianza y un margen de error aproximado del 10%

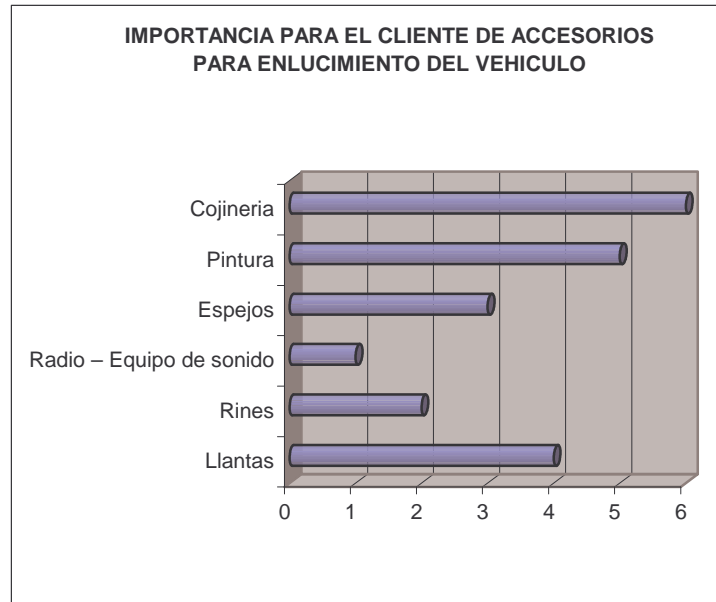
$$n = \frac{Z^2 (p * q)}{e^2}$$

La investigación arrojó los siguientes resultados:









**Fuente:** encuesta realizada de diciembre del 2005 a mayo de 2006

## **ANEXO E. RESULTADOS Y CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

Se puede observar en el estudio que el 65% de los encuestados opina que la empresa presta un excelente servicio, un 15% lo cataloga como bueno, un 10% como regular y un 10% no respondió, con este dato se confirma que la empresa se ha posicionado en el Mercado brindando un servicio de calidad con eficiencia, con un espacio óptimo para la prestación del servicio teniendo en cuenta que un 75% de los encuestados considera que las instalaciones son adecuadas al objeto del negocio y cómodas para el cliente.

Un alto porcentaje (82%) de los clientes opinan que ONLY CARS ofrece una buena calidad en los trabajos y en el servicio que presta el personal, el cual es altamente calificado, al igual que la calidad de la atención (69,2%) es favorable.

Los resultados nos demostraron la importancia de los accesorios de los vehículos para los clientes, de los cuales los más importantes es la cojinería y la pintura, así como los factores más relevantes al momento de tomar la decisión para acceder al servicio de la empresa (Internet 35%, TV 30%, Revistas Especializadas 10%, Prensa 17%, Radio 8%), teniendo los anteriores datos se puede mejorar los aspectos negativos y generar más clientes, para una mayor rentabilidad del negocio.

Finalmente los aspectos más importantes que tiene en cuenta el cliente para decidir con quien toma el servicio, son la comparación de precios y el servicio, ya que el 80% de los encuestados, así lo considera. Por lo anterior ONLY CARS tiene ventajas para competir en el mercado.

## ANEXO F. FOTOGRAFICO DE TRABAJOS REALIZADOS EN LA EMPRESA ONLY CARS

Fotos de trabajo en madera (empotre) Volkswagen escarabajo.

Antes.



Después.



### Fotos de trabajo de fibra en automóvil KIA Magentis



### Trabajo en madera (empotre) Mitsubishi Nativa

